**TISKOVÁ ZPRÁVA**

**17. 3. 2015**

Plzeň 2015 boduje kampaněmi doma i v zahraničí

Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 získal ocenění Czech Tourism Awards v kategorii „Bestes Projekt“. Ta je udělována partnerům, kteří se významně podílí na podpoře a propagaci České republiky. Cenu převzal začátkem března ředitel marketingu a komunikace společnosti Plzeň 2015 Radovan Auer z rukou generální ředitelky Czech Tourismu Moniky Palatkové a Jiřího Rosenkranze, ředitele zahraničního zastoupení CzechTourismu v Berlíně v rámci neznámějšího veletrhu cestovního ruchu ITB Berlin. Veletrh ukázal velký nárůst zájmu o Plzeň jakožto Evropské hlavní město kultury 2015 a pozitivní vnímání města jako atraktivního turistického cíle.

 „*Projekt Evropské hlavní město kultury 2015 je mimo jiné jedinečnou příležitostí, jak zviditelnit Plzeň, ale i Českou republiku v zahraničí. V minulém roce se nám to podařilo, což potvrzuje zvýšený zájem o návštěvu našeho města a rovněž uznání agentury CzechTourism v podobě ocenění Nejlepší projekt, které jsme získali. Poukazuje na dobrou práci odborných složek města a společnosti Plzeň 2015 a je závazkem pro pokračování ve zdařile zahájené prezentaci a marketingových aktivitách také v letošním pro nás významném roce*,“ uvedl k tomu náměstek primátora pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče a projektu EHMK 2015 a předseda správní rady společnosti Plzeň 2015 Martin Baxa.

Plzeň 2015 prokázala mimořádný přínos k propagaci ČR v zahraničí

Ocenění dostávají projekty, které vyvinou speciální angažmá při prezentaci České republiky v zahraničí. Potvrzuje, že Evropské hlavní město kultury není jen lokálním festivalem, ale naopak má význam pro budování image a posilování zájmu o českou kulturu. Konkrétně byla ze strany Czechtourismu vyzdvižena příkladná spolupráce při organizaci presstripů zahraničních novinářů a pracovních návštěv touroperátorů v Plzni i zahraniční prezentace na kulturních akcích a veletrzích cestovního ruchu, které kromě Berlína proběhly také v Londýně, Lipsku či v Drážďanech, v rámci hudebního festivalu Waves Vienna, na knižním veletrhu Frankfurter Buchmesse ve Frankfurtu nad Mohanem nebo v Mnichově v rámci koncertu České filharmonie. V loňském i letošním roce si Plzně ve zvýšené míře všímají světová média - mezi nejvýznamnější patřily reportáže v britské televizi BBC, německých kanálech ARD a ZDF, v denících The Guardian, The Daily Telegraph, Der Neue Tag, cestovatelských časopisech GeoSasion či Reisemagazin a další. Díky spolupráci s pobočkami Czech Tourismu se objevují články s pozvánkami do Plzně i v zámoří (USA, Mexiko, Jižní Korea, Chile aj.). Reklama, kterou takto projekt v zahraničí získal, má hodnotu několika stovek tisíc euro.

Do plzeňského ráje zve herec, proslavený v Itálii. Televizní spot odborníky zaujal

Důraz klade společnost Plzeň 2015 i na propagaci projektu v tuzemsku. Kampaň „Otevřete si plzeňský ráj!“ cílí na širokou veřejnost ve větších městech České republiky, v rozšířené míře pak v Praze i na letišti Václava Havla. „*Bodovali jsme také v hodnocení reklamy odborného měsíčníku Strategie, který se věnuje reklamě a marketingové komunikaci. Náš televizní spot obsadil druhé místo v takové konkurenci, jako jsou například kampaně Škoda Auto, Seznam či GE Money Bank. K natáčení jsme přizvali v zahraničí proslulého plzeňského herce Ivana Fraňka, který z potemnělé nádražní hospůdky na Smíchově zve do Evropského hlavního města kultury, aby návštěvníkům ukázal, co všechno kromě piva v sobě Plzeň skrývá*,“ popisuje marketingový ředitel Plzně 2015 Radovan Auer.

Kampaně hodnotili marketingoví specialisté předních českých firem. „Klobouk dolů smekáme (…) před projektem Plzeň 2015, jehož promo se vyšvihlo na druhé místo, ačkoli jde o práci in-house – Plzeň zkrátka umí nejen kulturu „udělat“, ale rovněž na ni nalákat,“ píše se v únorovém vydání časopisu. „Zaujala mě i poněkud tajemná pozvánka do Plzně – města kultury. (…) Po zhlédnutí reklamy bych se do západočeské metropole rozjela,“ netajily své sympatie k Plzni dvě z porotkyň.

Spot produkovala filmová produkce Lucky Man Films režiséra Davida Ondříčka, který spot také režijně supervizoval, výkonnou režii měl na starosti Jiří Volek. Hlavní role se zhostil [Ivan Franěk](http://www.csfd.cz/tvurce/17865-ivan-franek/), který pochází z Plzně, ale proslavil se především ve Francii a Itálii.

Videospot můžete shlédnout na [Youtube kanálu Plzně 2015.](https://www.youtube.com/watch?v=VgH5uV2Q1Pg&list=PL7-aNa4pNtSZF9F9JHw-8GpEKCiS99ban&index=2)

V neposlední řadě sleduje tým organizátorů **spokojenost návštěvníků přímo na akcích** Evropského hlavního města kultury. Získané údaje poslouží v průběžném i celkovém posouzení úspěšnosti projektu. Za první dva měsíce od zahájení získali převahu pozitivních reakcí veřejnosti. Největší spokojenost panovala se zahájením sezony nového cirkusu (David Dimitri: L´homme Cirque - 10 vyprodaných představení; celých 100 % respondentů uvedlo, že se jim představení bez výhrad líbilo. Cirque Trottola & Petit Théâtre Baraque - 9 představení, polovina byla vyprodaná. Celkem shlédlo představení 3500 osob, 100 % oslovených respondentů vyjádřilo spokojenost bez výhrad), divadelním představením Aladin (vyprodaná 3 představení, celková návštěvnost přes 1200 diváků), či s výstavami Ateliér Jiřího Trnky i Trnkova Zahrada (všech 82 oslovených vyjádřilo 100 % spokojenost. Z odpovědí, které jsme získali, bylo patrné dojetí návštěvníků nad tvorbou, kterou znají z dětství. Šlo přitom o návštěvníky z Plzně, regionu a sousedních krajů České republiky, ale i z Německa). Dosud nejhojněji navštívenou akcí byl únorový Festival světla, kam zavítaly více než čtyři desítky tisíc návštěvníků.

Kontakty:

**Radovan Auer, ředitel komunikace a marketingu Plzeň 2015**

+420 602 255 546

auer@plzen2015.cz

**Mirka Reifová, PR manažerka Plzeň 2015**

+420 606 090 801

reifova@plzen2015.cz

**Jiří Sedlák - ArtsMarketing.CZ, Spolupracující PR agentura**

+420 604 868 914

jiri.sedlak@artsmarketing.cz

**Daniela Vítová, tiskový servis pro plzeňská média**

+420 603 736 159

d.vitova@volny.cz